

## People, things, ecologies.

### Een scenario voor een veranderend medialandschap

Niels Hendriks, Liesbeth Huybrechts

Na 9/11 werden een aantal veranderingen in het medialandschap duidelijk zichtbaar voor de grote massa. 9/11 werd niet enkel via de grote media-instituten “gecovered”, maar ook in de vorm van blogs, beeldmateriaal en videoclips van individuen. Dat fenomeen was niet nieuw, maar kreeg plots veel aandacht van de meer “klassieke” media. Het meer gedistribueerde (in contrast met “gecentraliseerde”) landschap manifesteerde zich ook na de drie explosies in het *Bouncefield oil depot*, Hemel Hempstead in Hertfordshire. De BBC ontving 6500 mails die beeld- en videomateriaal bevatten van de brand, gemaakt met mobiele apparaten (Twist, 2006). Ook het verhaal van Salam Pax (Where is Raed), bracht een wijziging in de productie, het delen, verspreiden en consumeren van media onder de aandacht. Deze Iraakse blogger rapporteerde via een weblog *'Where is Raed'* ([http://dear\\_raed.blogspot.com/](http://dear_raed.blogspot.com/)) aan miljoenen lezers over het leven in Bagdad tijdens de tweede Amerikaanse inval in Irak. Zijn weblog werd een alternatieve, sterk persoonlijke informatiebron over de gebeurtenissen in Irak, los van wat de media-instituten rapporteerden. Nog een ander voorbeeld – we nemen vanzelfsprekend maar een greep uit een groot aantal mogelijke voorbeelden – was *'Back To Iraq'*. Tijdens de tweede Irakinvall was er sprake van zogenaamd “embedded journalism”. Journalisten konden enkel ingelijfd bij een Amerikaans legeronderdeel ongestoord hun werk doen, zogezegd om de oorlogservaring authentiek te maken. Deze manier van werken kreeg de naam “embedded journalism”, een vorm van “ingekapselde” verslaggeving in het instituut van het Amerikaanse leger. De journalist Christopher Allbritton wou de gebeurtenissen enkel ter plekke volgen indien hij dat niet op de embedded manier moest doen. Hij startte de blog *'Back To Iraq'* op waarin hij zijn ambitie uitdrukte om los van elk media-instituut en dus niet embedded, naar Irak te trekken. Deze werkwijze leek hem een kritischere en onafhankelijker verslaggeving op te leveren. Om dit te kunnen realiseren riep hij zijn lezers op zijn reis naar en verblijf in Irak te bekostigen. Hij stelde zo de bestaande media-situatie in vraag, niet alleen op een organisatorisch en inhoudelijk vlak, maar ook in economische zin.

### ***Van dichotomie naar landschap***

Allbritton had het gevoel dat hij binnen het kader van het embedded journalism niet aan kritische verslaggeving kon doen. Om zijn rol als journalist naar behoren in te vullen, nam hij daarom een andere positie in. Hij versloeg de gebeurtenissen via zijn blog en plaatste zich zo naast, maar tegelijk ook in relatie tot de “mainstream” media. Door zich in – een weliswaar gespannen - relatie met de media-instituten te plaatsen, stelde hij de bestaande media-structuren in vraag. De blogs van Salam Pax & Allbritton zijn uitingen van wat men populariserend en veralgemenend citizen journalism (of burgerjournalistiek), new journalism of open journalism ging noemen.

We benadrukken het feit dat de zogenaamde burgerjournalistiek zich **in relatie** tot de mainstream media plaatst door zich er tegen af te zetten, om de relationele aard van het medialandschap in de verf te zetten. De geregeld gehanteerde “harde” dichotomie tussen burgermedia en mainstream media is een gemakkelijk, maar misschien verouderd beeld van hoe het medialandschap zich structureert. Men kan beter spreken over een zich **voortdurend verschuivend medialandschap**. Media manifesteren zich – en hebben dat historisch altijd gedaan - in verschillende variëteiten die in relatie met elkaar staan. Het telkens in vraag stellen van die relaties leidt dan tot verandering en vernieuwing van dat geheel wat we media noemen.

Aan manieren om onszelf te manifesteren via media, is er vandaag geen tekort. Integendeel, onze stem komt gemakkelijk aan bod via een blog, een twitterbericht of een eigen gemaakt filmpje op YouTube. Een **kritische stem** ontwikkelen, gaat echter nog een stap verder. Die kritische blik staat immers niet in rechtstreekse relatie met het platform waarlangs men communiceert: een blog, een televisie-uitzending of een krant. Door het groeiende aantal bloggers en “deelnemers” op sociale netwerksites klinkt de slagzin “We are the media” online of in de literatuur luider. Al te gemakkelijk benoemt men het communiceren via deze nieuwe platformen burgermedia en - meer nog – kritisch. De vraag is in welke mate het werkelijk de burgers zijn die het mediadiscours bepalen. De platformen via de welke ze dagelijks publiceren, zijn vaak eigendom van giganten zoals google, niet veel anders dus dan in het

klassieke massamedialandschap. Het klopt dat nieuwe mediatechnologieën mogelijkheden bieden tot meer “gedistribueerde” creativiteit, meer participatie en zelforganisatie en tot de ontwikkeling van een “tegenstem” in relatie tot de staat en de massamedia. Dat leidt echter niet noodzakelijk en automatisch tot democratie en een “publieke sfeer 2.0” (De Waal, 2007). Even zo vaak werkt de inspraak van de burger eerder bevestigend voor het heersende mediadiscours.

Onafhankelijke en kritische initiatieven blijven witte raven binnen het medialandschap. Zo brengt Indymedia bij ons al jaren verslag uit over zaken die in het, volgens hen, gecommmercialiseerde medialandschap niet meer aan bod komen. In 2000 publiceerden ze het boek *“Media-activisme. Don't hate the media, be the media”* (Soete, Custers, De Bondt, 2000), een toegankelijke handleiding voor een alternatieve mediaverslaggeving via internet, video of audio. Zo bouwen ze dus mee aan “Do It Yourself” (DIY) medianetwerken die een spanningsrelatie aangaan met andere – meer geïnstitutionaliseerde – media-initiatieven. De definitie van een kritische stem krijgt dus op een andere manier vorm dan enkel via het benoemen van het communicatieplatform. Misschien moeten we de mogelijkheid tot kritische zin en onafhankelijkheid in het verspreiden en delen van inhoud eerder zoeken in een gezond evenwicht tussen enerzijds **individuen** die vernieuwingen aansturen door met nieuwe **tools** te experimenteren, **collectieven** die deze vernieuwingen op kleine schaal doorgeven aan een groter publiek (bijvoorbeeld via het leren gebruiken van nieuwe tools) en de meer **formele structuren** die bepaalde manieren van werken institutionaliseren. Nieuwe definities dringen zich met andere woorden op.

### ***Gedistribueerd landschap: people, things, ecologies***

Het medialandschap is dus constant in beweging, verschuift en verplaatst. Het vernieuwt zich doorheen een subtiel spel tussen **strategische** en **tactische** manieren van het verspreiden en delen van inhoud. Deze uitspraak vergt een kleine duiding bij de termen strategie en tactiek. Een strategie wordt geformuleerd door een autoriteit en is ruimtelijk meestal duidelijk te lokaliseren. De strategie is redelijk stabiel, iets wat niet van een tactiek kan gezegd worden. Indien een individu zich gedraagt volgens de regels die de autoriteit in een ruimte beoogt, is haar/zijn gedrag strategisch (De Certeau, 1988). De tactiek kan zich bijvoorbeeld, manifesteren in het rapporteren van lokale gebeurtenissen via surveillancecamera's. Men stelt vast hoe de stad surveillancecamera's op dit ogenblik strategisch inzet, omwille van de veiligheid bijvoorbeeld. Men brengt in relatie tot die strategie nieuwe scenario's tot stand die hier kritisch op inspelen, zoals het gebruiken van diezelfde surveillancecamera's om een reportage te maken van een vrolijke gebeurtenis in een bepaalde wijk.

Technologieën, burgers, journalisten en kunstenaars worden in bovenstaande situering een schakel in een **media-ecologie** (of “mesh-up netwerk”, zoals Tapio Mäkelä het noemt). Met een media-ecologie wordt bedoeld dat media in netwerk met uiteenlopende actoren (zoals bedrijven, overheid, kunstenaars, ingenieurs,...) en materialen (netwerkkabel, zender, gps...) bekeken worden. Hedendaagse media en technologie spelen dus, naast menselijke actoren, een duidelijke rol in dit geheel.

Uiteraard zijn het vooral de **mensen** die de vernieuwingen in het medialandschap aandrijven. De mensen die het snel bewegende landschap coördineren, kan men gatewatchers noemen. In het delen van inhoud, maken en/of controleren zij de informatie, zowel binnen strategische als tactische structuren of binnen mengvormen daarvan. Deze kritische actoren die actief deelnemen in het starten, maken en controleren van alternatieve media-ecologieën zijn cruciaal in een netwerk, maar ze zijn niet dik gezaaid. Ze hanteren nieuwe tools en onderzoeken er de mogelijkheden van om op een ander mogelijke manier inhoud te produceren. Ze gebruiken hun media op een geëngageerde manier en kennen hun tools en de mogelijke of andere gebruiken ervan zeer goed. Vandaag worden blogs en allerlei sociale netwerktools massaal gebruikt door mensen die de tool minder onderzoekend en exploratief benaderen. Dat is uiteraard een uiting van de democratisering van een medium en dat is positief te noemen. Toch is er een keerzijde, een groot aantal mensen die publiceren, schrijven om te schrijven, om zich aanwezig te stellen in het medialandschap. Dat staat natuurlijk ver af van de motivatie van Salam Pax & Allbritton om te bloggen. Lovink spreekt in dat verband van een *identity circus of self-promotion* (Lovink, 2008, p. 1). De “massa” die publiceert, maakt met andere woorden nog geen kritisch mediadiscours.

De **tools** spelen in de bovengenoemde ecologie een niet te onderschatten rol. Ze worden door een aantal mensen experimenteel uitgetest om op een actuele wijze de dialoog aan te gaan met de strategische ruimte. Dit als artistieke interventie, als protestactie, als alternatieve verslaggeving, als gemeenschapsvormende tool voor organisaties,... Vandaag staan we voor de massale opkomst van "**small tech**". Dat wil zeggen: iPods, mobiele telefoons, digitale camera's, PDA's, rfid, nanotechnologie. Het medialandschap verschuift dus duidelijk naar iets anders, namelijk naar de complexe ecologische relaties tussen de virtuele ruimte van het internet, de fysieke, gesloten ruimte van de installatie en de open ruimte van het alledaagse leven (Rieder et al., 2007, p. IX). Dat betekent tegelijk ook dat we voor weer nieuwe mogelijke manieren van verspreiden en delen van inhoud komen te staan.

### ***Open definities van het medialandschap***

In de voorbeelden in de eerste paragraaf werden blogs ingezet om een kritische relatie aan te gaan met het strategische mediadiscours. Later gaven we aan hoe deze zelfde tools even zo vaak eerder voor zelfpromotie dienen. De vraag hoe en waarom blogs ingezet worden, blijft dus cruciaal. De tools moeten we dus altijd in relatie met andere tools en de menselijke context, bekijken.

Het gebruik van **nieuwe tools** om op andere manieren een verhaal te brengen, in spanning met het meer formele gebruik van media, werd in het tijdschrift OPEN "**informele media**" genoemd. Ook zij gooien de discussie eerder op een **spel** tussen formeel en informeel, eerder dan op de dichotomie tussen de mainstream media en de burgermedia. Het lijkt inderdaad beter om stilaan op zoek te gaan naar meer **open definities van het medialandschap**. Die open definitie moet ook vertrekken van een schaal tussen formeel en informeel, strategisch en tactisch en van een complexe ecologie, eerder dan van een dichotomie. Veel mediagebruiken en uitingen positioneren zich immers niet aan de uiteinden van de net genoemde schalen, maar ergens in een tussensituatie. De **modellen** zijn met andere woorden **hybride** van aard. Ook dringt zich een herdefiniëring op van de **rol van de menselijke actor en van de tools** in een zich bewegend en vernieuwend landschap. Welke plaats nemen ze in een landschap in? Hoe vormen mensen en tools zich tot gatewatchers, kleine collectieven, informele en formele structuren? En hoe verhouden ze zich tot elkaar? Die vragen zijn belangrijk, want een goede studie van deze verschillende verhoudingen stelt ons in staat tot het **stimuleren** van een gezonde, diverse media-ecologie of -landschap in de vorm van nieuwe opleidingsinitiatieven, organisatievormen of mediaproductiemodellen.

### ***Conclusie: enkele stellingen***

We moeten voorbij het denken in dichotomieën tussen burgermedia en mainstream media. Beter spreken we over een zich **voortdurend verschuivend, vernieuwend en divers medialandschap**.

Technologieën, burgers, journalisten en kunstenaars zijn altijd een schakel in een **medialandschap, -ecologie** (of "mesh-up netwerk", zoals Tapio Mäkelä het noemt). Zowel **dingen** (tools, technologieën,...) als **mensen** (journalist, burger, instituut) spelen een rol in het voortdurend zich voortzetten van dat landschap.

Het **kritische medialandschap** situeert zich in het een subtiële **spel** tussen **strategische** en **tactische** manieren van het verspreiden en delen van inhoud.

Het **mediaplatform** waarlangs men communiceert staat niet in rechtstreekse relatie met een **kritische stem**. Veel zogenaamde burgerplatformen zijn gedomineerd door een nieuw soort mediagiganten, zoals google. We moeten de kritische en onafhankelijke stem op andere manieren ontdekken, definiëren en stimuleren.

De "massa" die publiceert, maakt nog geen **kritisch mediadiscours**. Het zijn altijd maar enkelingen die de start betekenen van een kritisch of alternatief en zich verschuivend mediadebat. Het individu is op dit moment maar al te vaak bezig met zelfpromotie en niet met het aanbrengen van content. Het ontwikkelen van een kritisch mediadiscours kan versterkt

worden door het stimuleren van het individu en de verzameling van individuen om op die manier het medialandschap te bevragen of zelfs te veranderen.

We staan voor de opkomst van small tech, een hele reeks **nieuwe tools** waarmee geëxperimenteerd kan worden met het oog op het delen en verspreiden van inhoud. De tools moeten we echter altijd in relatie met andere tools en de menselijke context bekijken, als we hun **kritische potentieel** willen evalueren.

Een goede studie van de verschillende verhoudingen tussen mensen, tools, organisatievormen, stelt ons in staat tot het **stimuleren** van een gezonde, diverse media-ecologie (of -landschap) in de vorm van bijvoorbeeld nieuwe opleidingsinitiatieven, organisatievormen of mediaproductiemodellen.

## Bibliografie

DE CERTEAU, M. (1988). *The Practice of Everyday Life*. University of California Press, California.

DE WAAL, M. (2008). *Van medialandschap naar media-ecologie. Culturele implicaties van web 2.0*. Available at: <http://www.skor.nl/article-3429-nl.html>.

GUNTHER, A. (2007). *L'image parasite. Après le journalisme citoyen*. Available at: <http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2007/06/15/432-l-image-para>. (2007).

LOVINK, G. (2008). *Zero Comments.: blogging and critical internet culture*. US, NY: Routledge.

MÄKELA, T. Available at: <http://used.m-cult.org/>

RAMOCKI, M. (2007). *DIY: The Militant Embrace of Technology*. Available at: <http://ramocki.net/ramocki-diy.pdf>.

HAWK, B., RIEDER, D. M., OVIEDO, O. (2008). *Small Tech. The Culture of Digital Tools*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

SOETE, H., CUSTERS, R. & DE BONDT, B. (2004). *Media-Activisme / Don't hate the media, Be the media*. EPO, Berchem.

TWIST, J. (2006). *The year of the digital citizen*. <http://news.bbc.co.uk/go/em/-/2/hi/technology/4566712.stm>